

PERSEPSI ORANG TUA TERHADAP ISTILAH KATA “SIGMA” DALAM KOMUNIKASI GEN ALPHA DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Anisa Salsabila Ramadani¹, Lailiya Nur Rokhman²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Jember

Email penulis pertama : anisaslsblr@gmail.com

Abstract

This study aims to explore parents' perceptions of the use of the term “sigma” by Generation Alpha children in their communication on the social media platform TikTok. The term “sigma” refers to a personality type characterized by independence, strength, emotional detachment, and nonconformity to social validation traits that have recently become popular among youth. Using a qualitative descriptive approach, this research employed semi-structured interviews with five parents of Gen Alpha children who actively use TikTok. The analysis was conducted using the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory by Mehrabian and Russell. The findings reveal that parents' perceptions of the term “sigma” are shaped both internally (through personal experience and interaction with their children) and externally (through social media exposure and surrounding environments). Most parents interpret the term ambiguously acknowledging it as a modern trend that reflects independence, while also expressing concern over its potential to encourage emotional detachment and antisocial behavior. Parental responses varied, ranging from adaptive and educational approaches to active monitoring of their children's media consumption. This study underscores the importance of parental digital literacy and involvement in guiding children's communicative identity in the digital age.

Keywords: Parental perception, Sigma, Generation Alpha, TikTok, S-O-R Theory

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi orang tua terhadap penggunaan istilah “sigma” oleh anak-anak Generasi Alpha dalam komunikasi mereka di media sosial TikTok. Istilah “sigma” merepresentasikan kepribadian yang mandiri, kuat, dan cenderung antisosial, yang belakangan populer di kalangan anak muda. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara semi terstruktur terhadap lima orang tua dari anak-anak usia Gen Alpha yang aktif menggunakan TikTok. Penelitian dianalisis menggunakan teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R) yang dikembangkan oleh Mehrabian dan Russell. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi orang tua terhadap istilah “sigma” terbentuk dari dua arah: internal (pengalaman dan interaksi dengan anak) dan eksternal (media sosial dan lingkungan sekitar). Sebagian besar orang tua memaknai istilah ini secara ambivalen sebagai simbol trend dan ekspresi kemandirian anak, namun juga mengkhawatirkan dampaknya terhadap sikap tertutup dan kurang ekspresif. Respons orang tua bervariasi,

mulai dari pendekatan edukatif, sikap adaptif, hingga pengawasan terhadap penggunaan media sosial anak. Penelitian ini menunjukkan pentingnya peran orang tua dalam memahami dinamika bahasa digital dan mendampingi anak dalam membentuk identitas komunikasi mereka di era media sosial.

Kata kunci: Persepsi orang tua, Sigma, Gen Alpha, TikTok, Teori S-O-R

Pendahuluan

Manusia adalah makhluk yang dilahirkan paling sempurna. Manusia memiliki kemampuan kognitif untuk memproses informasi yang diperoleh dari lingkungan di sekelilingnya melalui indera yang dimilikinya, membuat persepsi terhadap apa-apa yang dilihat atau dirabanya, serta berfikir untuk memutuskan aksi apa yang hendak dilakukan untuk keadaan yang dihadapinya. Persepsi adalah proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih dan dipilih, kemudian diatur dan kemudian di interpretasikan. Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ tubuhnya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang kurang lebih disebut persepsi.

Dalam era digital yang serba canggih saat ini, media sosial seperti tiktok telah menjadi ruang utama bagi generasi muda, terutama generasi alpha untuk berinteraksi serta membangun identitas sosial. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia (Jurnalpost, 2024) termasuk dalam cara berkomunikasi dan berinteraksi. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif, tiktok tidak hanya menjadi aplikasi hiburan, tetapi juga ruang sosial yang mempengaruhi kebiasaan berbahasa dan cara berinteraksi penggunanya, terutama menurut (Ilhamet al., 2024), tiktok juga memberikan ruang terhadap pengguna untuk berbagi konten kreatif, hingga sebagai wadah penyebaran informasi yang sangat cepat dan meluas.

Fenomena yang berkembang di media sosial tiktok saat ini menggunakan istilah yang memiliki makna tersendiri. Bahasa gaul atau slang yang kemudian banyak dijumpai di media sosial, khususnya TikTok menjadi fenomena viral yang cukup menyita perhatian pengguna media sosial. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Syarif, dkk (2023), bahasa gaul di TikTok merupakan hasil dari perkembangan bahasa keseharian yang didorong juga oleh keinginan generasi muda untuk menciptakan istilah baru yang akhirnya menjadi ciri khas yang segar dan orisinal serta praktis digunakan dalam komunikasi sehari-hari mereka. Kebanyakan penggunaan istilah ini dilakukan secara verbal, namun juga tak sedikit yang menggunakannya dalam bentuk

tulisan di media sosial sebagai cerminan dari adaptasi serta inovasi dalam berkomunikasi di media sosial. (Syarif, dkk, 2023)

Salah satunya adalah istilah “sigma” yang beredar di kalangan Generasi Alpha atau Gen Alpha. Nur, dkk (2025) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Gen Alpha yang dianggap sebagai generasi paling muda, mulai dari kelahiran tahun 2010 hingga akhir tahun 2024 memiliki istilah atau bahasa gaul tersendiri di media sosial. Menurut Gen Alpha, istilah “sigma” termasuk ke dalam bahasa slang atau bahasa pergaulan di keseharian mereka yang memiliki arti berbeda. Istilah “sigma” sering dimaknai secara beragam tergantung pada konteks penggunaannya di TikTok. Padahal jika kita merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, “sigma” didefinisikan sebagai huruf ke-18 dalam abjad Yunani yang biasanya dilambangkan dengan simbol Σ untuk huruf kapital dan σ untuk huruf kecil.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media sosial, khususnya media sosial tiktok, teradap bahasa yang digunakan yang mempengaruhi interaksi di antara pengguna generasi muda. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Teori Stimulus - Organisme - Respon (S-O-R), sebuah stimulus (S) dari lingkungan, seperti konten TikTok yang mengandung istilah “sigma”, akan diterima oleh organisme (O) – dalam hal ini orang tua yang kemudian memproses informasi tersebut berdasarkan pengetahuan, pengalaman, nilai, dan kondisi psikologis yang dimiliki. Hasil dari pemrosesan ini akan menghasilkan respons (R) dalam bentuk sikap, penilaian, dan tindakan yang ditunjukkan orang tua terhadap penggunaan istilah tersebut oleh anak.

Albert Mehrabian dan James A. Russell (1974), menjelaskan bahwa dalam respons seseorang terhadap suatu stimulus tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui proses internal dalam diri individu sebagai organisme. Artinya, ketika seseorang menerima rangsangan dari luar, seperti konten di media sosial individu tersebut akan memprosesnya terlebih dahulu berdasarkan persepsi, emosi, nilai-nilai pribadi, dan pengalaman hidup yang dimilikinya. Organisme, dalam hal ini individu (orang tua), bersifat aktif dan bukan sekadar penerima pasif stimulus. Mereka menafsirkan dan menilai stimulus berdasarkan latar belakang sosial dan budaya yang melingkupinya.

Teori S-O-R sering digunakan untuk menjelaskan respon audiens terhadap pesan komunikasi, baik dalam konteks iklan, media sosial, maupun komunikasi interpersonal. Dalam konteks penelitian ini, teori ini digunakan untuk: Menggambarkan bagaimana orang tua (organism) memproses paparan istilah “sigma” (stimulus) dari anak-anak mereka. Menjelaskan bentuk-bentuk respons (*response*) yang timbul, seperti rasa khawatir, ketidakpahaman, sikap korektif, atau adaptif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media sosial, khususnya media sosial tiktok, terhadap bahasa yang digunakan yang mempengaruhi interaksi di antara pengguna generasi muda. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Sri el al., 2023) telah menunjukkan bahwa tiktok berperan penting dalam munculnya neologisme dan bahasa slang yang cepat diterima dan digunakan oleh generasi muda, terutama di Indonesia. Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambahkan wawasan lebih, bagaimana persepsi orang tua terhadap penggunaan istilah baru dalam mempengaruhi bahasa, dan interaksi antar penggunanya. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengetahui dampak dari media sosial tiktok dalam pembentukan pola komunikasi di kalangan generasi muda.

Penelitian ini didukung oleh beberapa studi terdahulu yang relevan, baik dari segi pendekatan teori maupun tren populer di media sosial tiktok dan komunikasi antara Gen Alpha dengan orang tua. Hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai tren populer di media sosial tiktok menunjukkan bahwa persepsi pengguna tiktok ada yang positif berdasarkan manfaat dan ada yang negatif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Deriyanto dan Qorib (2018) berjudul “Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok”.

Penelitian yang telah dilakukan mengenai komunikasi orang tua dengan anak Gen Alpha menunjukkan bahwa pola komunikasi yang digunakan dalam setiap keluarga dapat ditentukan berdasarkan perilaku dari anak. Pola komunikasi ini juga dapat berubah seiring dengan perubahan pada perilaku yang ditunjukkan anak. penelitian ini juga menawarkan komunikasi yang efektif dalam upaya menekan tindak agresivitas pada anak-anak yakni, yang berbasis pada adanya keterbukaan, mendengarkan, dan juga memberikan kesempatan atau ruang bagi anak untuk berekspresi. Komunikasi antara orang tua dan anak generasi Alpha dapat terhambat akibat perbedaan pemahaman bahasa, terutama dalam penggunaan istilah baru atau "Gen Alpha Slang". Orang tua perlu lebih berusaha untuk memahami bahasa baru ini, agar tidak mengganggu kelancaran komunikasi dan meminimalisir terjadinya kesalahpahaman. Sebagaimana yang disampaikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Simarmata dan Fauzan (2025) yang berjudul “Memahami Agresivitas Generasi Alpha melalui Komunikasi Orang Tua dan Anak”.

Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Nur, Syihabuddin, dan Azwan (2025) yang berjudul “Determinasi Makna melalui *Sense Relations* pada Bahasa Slang Generasi Alpha”, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan makna antara pengguna bahasa (gen alpha) dan data melalui media sosial. Istilah “sigma” diasosiasikan sebagai sifat baik atau bagus, sedangkan di media sosial lebih sering diasosiasikan dengan sifat gagah dan keren. Sedangkan kata skidibi, mewing, aura atau rizz, memiliki makna serupa antara penggunaan di kehidupan nyata Gen Alpha dengan media sosial. Meskipun penggunaannya tidak selalu digunakan secara luas dalam kehidupan sehari-hari, melainkan hanya di momen tertentu.

Kebaruan yang ditargetkan dari penelitian ini adalah menghasilkan gagasan berupa hasil pemikiran dan respon dalam penggunaan kata “sigma” di generasi alpha menggunakan teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R). Analisis menggunakan Teori S-O-R diharapkan akan menghasilkan pengetahuan dari persepsi orang tua terhadap komunikasi generasi Gen Alpha dalam kata “sigma” dan dapat memberikan wawasan lebih mengenai bagaimana media sosial, khususnya tiktok, bisa mempengaruhi perkembangan bahasa yang digunakan. Dengan demikian, penelitian ini akan memperkaya pemahaman kita tentang makna istilah yang digunakan di media sosial dalam pembentukan pola komunikasi di kalangan generasi muda.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena peneliti menganggap permasalahan yang diteliti cukup kompleks sehingga data yang diperoleh dari penggunaan istilah kata “sigma” dalam komunikasi generasi alpha dalam video konten tiktok sehingga didapatkan jawaban yang harus di analisis. Selain itu peneliti bermaksud untuk meneliti persepsi orang tua dengan wawancara sesuai dengan teori yang dipilih oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk mengetahui persepsi orang tua dalam tanda-tanda yang berkembang di media sosial TikTok, khususnya dalam penggunaan istilah "sigma" oleh Gen Alpha. Yang menjadi fokus adalah persepsi orang tua terhadap fenomena tersebut, ditinjau melalui pendekatan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R).

Objeknya adalah mekanisme persepsi dan respons psikologis orang tua atas stimulus berupa istilah “sigma”. Subjek Penelitian (Partisipan yang Diteliti) : (a) Orang tua dari anak-anak Generasi Alpha (yaitu anak usia $\pm$ 6–15 tahun, lahir sekitar tahun 2010 ke atas). (b) Yang pernah mendengar, mengetahui, atau memperhatikan anaknya menggunakan kata “sigma”

dalam komunikasi. (c) Bisa terdiri dari ayah dan/atau ibu, dan bisa dipilih berdasarkan kriteria seperti : tinggal serumah dengan anak, aktif dalam pengasuhan, memiliki akses ke media sosial anak (opsional). Terdapat 5 informan yang kemudian memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan.

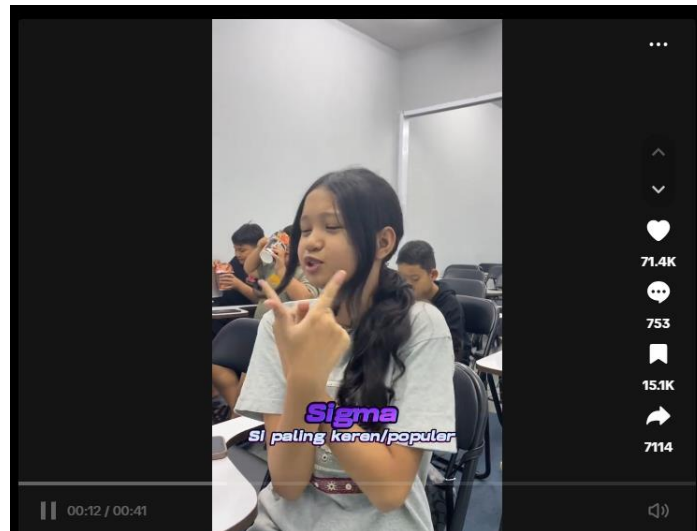
Dalam penelitian ini, teknik wawancara digunakan untuk mengetahui persepsi orang tua terhadap istilah kata "sigma" dalam komunikasi Gen Alpha di media sosial TikTok. Dengan wawancara, peneliti dapat memahami bagaimana orang tua mengetahui istilah tersebut, bagaimana mereka memaknai dan menilai penggunaannya, serta bagaimana mereka merespons pengaruhnya terhadap komunikasi dan perilaku anak-anak mereka. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan berdasarkan pedoman pertanyaan umum, namun tetap terbuka bagi informan untuk mengembangkan jawaban. Peneliti dapat menyesuaikan pertanyaan lanjutan berdasarkan arah pembicaraan. Pemilihan objek dilakukan secara purposive (purposive sampling), yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, pertimbangannya adalah tingkat keterpaparan terhadap media sosial dan hubungan langsung dengan anak usia Gen Alpha yang merupakan pengguna aktif TikTok.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sigma bagi Generasi Alpha

Dalam konteks komunikasi Gen Alpha, muncul beberapa istilah yang menjadi bagian dari bahasa gaul digital mereka. Istilah *aura*, *sigma*, *mewing*, *rizz* ataupun *skibidi* yang menjadi bahasa gaul atau slang digital mereka yang kemudian berfungsi bukan hanya sebagai bahasa komunikasi semata, melainkan juga sebagai pembentuk identitas kelompok dan cara Gen Alpha menyampaikan nilai dan pandangan hidup mereka di tengah arus media sosial. Menurut Ishita dan Mamidi (2025), Gen Alpha merupakan generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung secara teknologi atau kita sebut sebagai ekosistem digital. Mereka memiliki pola komunikasi yang khas, cenderung visual, cepat, serta banyak dipengaruhi oleh tren media sosial dan budaya populer (Ishita dan Mamidi, 2025). Tidak heran kemudian jika bahasa pergaulan mereka juga dipengaruhi oleh tren di media sosial.

Penelitian ini berfokus pada salah satu bahasa gaul digital Gen Alpha, yaitu sigma. Merujuk pada beberapa konten Tiktok yang ditemukan terkait definisi istilah "sigma", Gen Alpha sendiri istilah kata "sigma" adalah "si paling keren / populer" yang ditujukan dengan gerakan gestur tubuh yang di peragakan membuat ciri khas kepribadian seseorang terlihat sangat jelas. Adapula yang mendefinisikan istilah "sigma" sebagai "panutan atau *leader*". Definisi "sigma" kemudian berbeda, bergantung pada konteks dan pemahaman Gen Alpha namun masih merujuk pada hal yang cenderung serupa.



Gambar 1. Definisi Sigma menurut Gen Alpha di TikTok



Gambar 2. Orang Tua menanyakan definisi bahasa slang pada Gen Alpha

Hal ini juga sesuai dengan bahasan dalam website kamus bahasa populer Merriam-Webster. Dalam website Merriam-Webster.com (2023), istilah “sigma”, merujuk pada sosok pria yang memiliki sifat individual dan kepercayaan diri yang tinggi serta gigih, dimana sosoknya menjadi panutan atau standart dari status, kesuksesan, serta daya tarik. Istilah sigma sendiri juga dapat diartikan sebagai “sangat bagus”, namun tidak jarang pula digunakan sebagai istilah yang tidak memiliki arti dan meme di media sosial. (Merriam-Webster.com, 2023)

Istilah “sigma” berakar dari konsep “*sigma male*” yang diperkenalkan oleh Theodore Robert Beale sebagai model maskulinitas alternatif dari “*alpha male*” (ekstrovert dan dominan). Konsep ini dibangun di atas identitas dan kepribadian dalam

hierarki sosial dengan menggunakan huruf alfabet Yunani. “Sigma” sering digunakan untuk melabeli tipe laki-laki menggambarkan laki-laki yang karismatik namun menyendiri, dan kerap disamakan dengan “serigala tunggal” (*lone wolf*) karena sifatnya (Aizin, 2025). Pada dekade 2010-an, istilah ini menyebar luas melalui *manosphere*, sebuah subkultur internet dengan kecenderungan misoginis, dan sering direpresentasikan melalui figur Patrick Bateman dalam *American Psycho* sebagai simbol *sigma grindset*—gaya hidup yang menekankan kerja berlebihan, kebugaran, dan sikap nonkonformis (Wallace, 2025).

Memasuki era 2020-an, makna “sigma” kemudian mengalami pergeseran, dari sebuah kerangka ideologis menjadi fenomena humor digital. Meme “Sigma Face” di tahun 2022 menandai awal perubahan ini, yang kemudian disusul oleh lagu parody TiTok “*Sticking Out Your Gyatt for the Rizzler (Fanum Tax)*” di tahun 2023 yang kemudian menempatkan istilah “sigma” menjadi salah satu bahasa gaul digital yang populer. Pada tahun 2024, konten ekspresi viral “apa sih sigma?” yang muncul dalam parody SpangeBob mempertegas reposisi istilah ini sebagai bahasa gaul Gen Alpha, bukan lagi sekedar label maskulinitas, melainkan simbol humor kolektif dan kreativitas berbahasa yang terjadi di ruang digital (Merriam-Webster, 2023).

Platform media sosial seperti TikTok, YouTube Shorts, dan Instagram yang kemudian berfungsi sebagai ruang digital utama bagi Generasi Alpha untuk mengekspresikan kreativitas, memperkuat identitas kolektif, serta membangun interaksi sosial dengan sesamanya. Selain itu, media sosial turut menjadi medium percepatan dalam penyebaran istilah-istilah baru yang secara signifikan memengaruhi dinamika perkembangan bahasa di ranah daring. (Adhi & Masykhuroh, 2025)

Dalam perkembangannya, Gen Alpha menjadikan istilah “sigma” menjadi bahasa keseharian mereka untuk melabeli sesuatu yang “keren” atau “unggul”. Bahkan mereka sering mengucapkan “*I’m Sigma*” sebagai penanda status sosial kepopuleran mereka di lingkungan sekolah atau di media sosial (Aizin, 2025). Dengan digunakannya istilah “sigma” dalam keseharian mereka, maka mereka telah memberi legitimasi simbolik yang membuat “sigma” sah sebagai kosakata generasi mereka. Dan ini juga berbeda dengan istilah pada generasi lainnya.



Gambar 3. Perbedaan antara bahasa Gen Z dan Gen Alpha

Konten yang menunjukkan arti atau penggunaan kata sigma ataupun konten remix kemudian menjadi salah satu cara bagi Gen Alpha untuk memviralkan bahasa sang mereka. Tren seperti video viral “*Sigma Boy*” di TikTok dimodifikasi berulang kali oleh Gen Alpha dan kemudian memperluas kejelasan istilah serta menjadikannya bagian dari meme (Sing, 2024). Selain itu, penelitian linguistik menunjukkan bahwa Gen Alpha lebih cepat mengadopsi slang berbasis platform dibandingkan Gen Z, serta menjadikan “sigma” sebagai salah satu contoh nyata inovasi bahasa Gen Alpha (ACL Anthology, 2025). Tidak hanya itu, dengan sengaja Gen Alpha menyertakan istilah “sigma” sebagai tagar atau *hashtag* dalam video mereka. Gen Alpha juga ikut mengoptimalkan *engagement* dalam ekosistem algoritma TikTok melalui konten mengenai bahasa slang yang mereka gunakan (Wallace, 2025). Hal ini menegaskan bahwa istilah “sigma” telah bertransformasi menjadi simbol humor, kreativitas, dan identitas digital yang khas bagi Gen Alpha.

Persepsi Orang Tua terhadap Bahasa “Sigma”

Dalam persepsi, seseorang membentuk pandangannya terhadap suatu objek berdasarkan pengalaman, pengetahuan, latar belakang sosial, serta informasi yang diterima. Dari wawancara yang dilakukan terhadap lima narasumber, dapat disimpulkan bahwa persepsi orang tua terhadap istilah “sigma” terbentuk dari dua arah utama.

Pertama, internal (dari pengalaman pribadi dan interaksi dengan anak). Beberapa orang tua mengaku baru mengenal istilah "sigma" setelah mendengar anak mereka mengucapkannya atau menggunakannya dalam konteks komunikasi sehari-hari. Misalnya, Ibu Sofi menyatakan bahwa ia mengetahui istilah itu dari anaknya yang sering menonton TikTok, lalu mencari tahu sendiri artinya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi orang tua dipicu oleh interaksi langsung di rumah.

Kedua, eksternal (media sosial dan lingkungan sekitar) Narasumber lain menyebut bahwa istilah tersebut banyak muncul di TikTok dan menjadi trend. Artinya, media sosial memegang peran sebagai pemicu pembentukan persepsi orang tua. Namun, persepsi mereka terhadap istilah ini umumnya masih kritis dan hati-hati karena mereka belum mendapat pemahaman secara utuh.

Secara umum, sebagian besar orang tua mengasosiasikan kata "sigma" sebagai representasi dari anak laki-laki yang kuat, mandiri, dan dingin secara emosional. Namun, persepsi ini tidak selalu positif. Sebagian orang tua merasa bahwa nilai-nilai tersebut bisa mendorong anak menjadi kurang terbuka, tidak ekspresif, dan bahkan terasing secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mereka terhadap istilah sigma mengandung ambiguitas, antara memahami itu sebagai trend bahasa anak muda dan sebagai potensi pengaruh karakter yang kurang seimbang.

Representasi dan Respon Orang Tua mengenai Bahasa “Sigma” Berdasarkan Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon)

Teori S-O-R (Stimulus – Organism – Response) menjelaskan bahwa stimulus (rangsangan dari luar) akan memengaruhi organism (individu sebagai penerima stimulus), yang kemudian menghasilkan response (tanggapan). Dalam konteks penelitian ini: Stimulus (S) yaitu konten media sosial, khususnya TikTok, yang memuat istilah “sigma” dalam bentuk video, caption, atau komentar. Konten ini ditonton oleh anak-anak Gen Alpha dan dibicarakan di lingkungan sekolah atau rumah. Organism (O) yaitu orang tua sebagai penerima informasi secara tidak langsung dari anak-anak mereka. Organisme (dalam hal ini orang tua) memproses stimulus tersebut berdasarkan latar belakang, nilai budaya, tingkat pendidikan, serta pengalaman hidup mereka. Response (R) respons orang tua bervariasi. Beberapa menanggapi dengan waspada dan melakukan edukasi langsung pada anak (respon protektif), sementara yang lain mencoba mencari tahu lebih banyak tentang trend tersebut sebelum menilai (respon adaptif). Ada pula yang menganggap istilah tersebut hanya bagian dari fase perkembangan anak dan menanggapi dengan fleksibel.

Misalnya, Ibu Sofi yang awalnya mengira bahwa istilah “sigma” adalah nama karakter game. Namun kemudian mencari tahu apa makna sigma itu dan bukanlah hal negatif menurutnya. Atau Bapak Ahmad sebagai pengusaha menyatakan bahwa istilah seperti “sigma” tidak bisa langsung dinilai negatif, namun tetap perlu dikawal karena bisa memengaruhi sikap

siswa di sekolah. Respon seperti ini menunjukkan tanggapan yang seimbang antara kontrol dan pemahaman terhadap dinamika budaya digital anak.

Teori S-O-R ini menegaskan bahwa persepsi orang tua terhadap istilah “sigma” tidak muncul begitu saja, tetapi dibentuk oleh proses internalisasi terhadap rangsangan media sosial yang diterima secara terus-menerus. Oleh karena itu, pemahaman dan pendampingan menjadi respons utama yang dibangun oleh sebagian besar orang tua dalam menghadapi istilah baru tersebut.

Istilah “sigma” dipersepsikan orang tua sebagai fenomena trend Gen Alpha yang mengandung nilai maskulinitas dan kemandirian, namun juga berpotensi mendorong sikap tertutup dan antisosial jika tidak dikritisi. Stimulus dari TikTok memengaruhi perilaku komunikasi anak, yang kemudian membentuk kekhawatiran orang tua terhadap pengaruh istilah tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Respons orang tua cenderung kritis dan adaptif, sebagian melakukan pendekatan edukatif terhadap anak, dan sebagian lainnya mencoba mengikuti perkembangan trend untuk bisa tetap relevan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi orang tua terhadap istilah kata "sigma" dalam komunikasi Gen Alpha di media sosial TikTok sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung dengan anak serta paparan media sosial secara tidak langsung. Istilah "sigma" yang populer di kalangan Gen Alpha diinterpretasikan sebagai simbol kepribadian yang mandiri, kuat, cuek, dan tidak bergantung pada pengakuan sosial. Meskipun sebagian orang tua memahami bahwa penggunaan istilah ini mencerminkan tren dan ekspresi identitas anak di era digital, mereka juga menaruh perhatian terhadap dampak negatifnya terhadap komunikasi dan perkembangan sosial anak.

Berdasarkan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R), konten TikTok yang menyebarkan istilah ini berfungsi sebagai stimulus yang kemudian direspons oleh orang tua sesuai dengan latar belakang pengalaman, nilai, dan pemahaman mereka. Respons yang muncul beragam, mulai dari sikap kritis, kekhawatiran, hingga upaya edukatif untuk mengarahkan anak agar tetap seimbang secara sosial dan emosional. Dengan demikian, persepsi orang tua terhadap istilah "sigma" tidak hanya berkutat pada pemaknaan bahasa, tetapi juga mencerminkan kesadaran mereka terhadap pentingnya pendampingan dan literasi digital dalam menghadapi dinamika komunikasi generasi Alpha di era media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, I. M., Masykhuroh, Q. 2025. Sociolinguistic analysis of gen alpha's slang in youtube shorts comments of meme content creators. *Jelita: Journal of English Language Teaching and Literature Vol 6 No 1 2025*, hal 299-316. DOI: <https://doi.org/10.56185/jelita.v6i1.920>
- Anhar, A., Khoirunnisaa, K., Septianti, L., & Asmawati, M. (2024). Pengaruh Tiktok Terhadap Perkembangan Bahasa di Kalangan Generasi Alpha. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6341-6346.
- Arif, S. (2015). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Reality Show Mistik (Studi Deskriptif Kualitatif pada Tayangan "Dua Dunia" di Trans7 pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga)* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA). Jurnalpost. (2024). Teknologi mempengaruhi cara berkomunikasi: Perubahan dan tantangan baru. Diakses dari <https://jurnalpost.com>
- Danesi, M. (2017). *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet*. Bloomsbury Publishing.
- Fawwaz, R. N., Laksono, K. Y. S., Assyaputri, N. A., & Rakhmawati, N. A. (2024). Analisis Tren Penggunaan Bahasa di TikTok: Studi Istilah Baru Era Digital seperti Skibidi, Sigma, dan Rizz melalui Kuesioner dan Data Scraping Komentar Video.
- Ilham, K., Umair, M. M., Destiano, A., & Ghiffari, M. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Spiritual pada Mahasiswa Sistem Informasi ITS. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 19-37.
- Ishita, Mamidi, R. (2025). The evolution of Gen Alpha slang: Linguistic patterns and AI translation challenges. *Proceedings of 63rd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 4: Student Research Workshop)*, halaman 678-686, July 28-29, 2025 DOI: [10.18653/v1/2025.acl-srw.0](https://aclanthology.org/2025.acl-srw.43.pdf)
- Jurnalpost. (2024). Teknologi mempengaruhi cara berkomunikasi: Perubahan dan tantangan baru. Diakses dari <https://jurnalpost.com>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring. <https://kbbi.web.id/sigma>
- McCrindle, M. (1970). The Abc of xyz: understanding the global generations. *World War II*, 39, 45.

- Merriam-Webster. (2025). *Sigma (slang) meaning*. Merriam-Webster.com.
<https://www.merriam-webster.com/words-at-play/sigma-male-meaning-origin>
- Moleong, L. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Nabilah, A. A. P., & Adika, D. (2025). Lexical Semantic Review of Alpha Generation Terms; Previous Generation's Perspective. *PRAGMATICA: Journal of Linguistics and Literature*, 3(1), 1-9.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI*, 2(4), 213-226.
- Nur, A.M, Syihabuddin, Azwan. (2025). Determinasi makna melalui *sense relations* pada bahasa slang generasi alpha. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Vol. 14 No. 1 Maret 2025 hal 99-110*.
DOI: <http://dx.doi.org/10.31000/lgrm.v14i1.12763>
- Aizin, R. (2024). What does gen alpha have against ohio? A complete guide to a new generation of slang, from 'skibidi toilet' to 'rizz'. Diakses dari People.com.
<https://people.com/all-about-gen-alpha-slang-8733165>
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sri, S. R. S., Jamila Tun Nabila Hasanuddin, Widya, Nur Alamsyah, & Abdul Wahid. (2024). Bahasa slang pada media sosial tiktok. *Aufklarung: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pembelajarannya*, 3(1), 50–59. Diakses dari
<https://etdci.org/journal/AUFKLARUNG/article/view/1864>
- Sugiyono. 2012. “Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif”. Bandung: Alfabeta.
- Wallace, M. (2025). Are ‘sigma males’ the key to understanding the manosphere to male loneliness pipeline?. Diakses dari Cosmopolitan.com
<https://www.cosmopolitan.com/uk/love-sex/a63686129/sigma-male/>
- Urban Dictionary. (2023). *Sigma Male*. <https://www.urbandictionary.com>
<https://vt.tiktok.com/ZSDjuq6KY/>
<https://vt.tiktok.com/ZSkNGRtbu/>
<https://vt.tiktok.com/ZSkNGXTom/>